



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi *Customer Relationship Management* (CRM) Hotel Santika BSD dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan melalui program KGVC Flazz SIP adalah dengan menerapkan tiga nilai yaitu: *Operational excellence*, *Product leadership*, dan *Customer intimacy*.

Selain itu, untuk menunjang strategi CRM tersebut, pihak Hotel Santika BSD melakukan kerjasama secara internal dan eksternal. Internal dengan melakukan relasi hubungan yang dekat dan baik kepada PT. Grahawita Santika maupun *stakeholders* (KOMPAS Gramedia dan BCA), Eksternal kepada *customers*, *competition*, dan *distribution*. Selanjutnya juga ditemukan dengan menerapkan strategi CRM melalui program *membership* KGVC Flazz SIP selama tahun 2012, terlihat adanya peningkatan terhadap *room revenue*, peningkatan jumlah pelanggan Hotel Santika BSD yang memiliki *membership* KGVC Flazz SIP, dan kenaikan *occupancy rate*.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, penulis melakukan saran dari segi akademis dan praktis yang dapat menjadi pertimbangan untuk pelaksanaan *Customer Relationship Management*.

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian strategi CRM di Hotel Santika BSD ini dilakukan dengan menggunakan konsep dari Peelen. Untuk lebih memperkaya khasanah ilmu komunikasi, khususnya *Public Relations*, disarankan untuk melakukan penelitian CRM dengan menggunakan konsep yang lain.

### 5.2.2 Saran Praktis

Hotel Santika BSD perlu melakukan evaluasi dan kontrol yang benar terhadap pelaksanaan CRM secara berkala, memperbaharui sistem teknologi informasi dan komunikasi, serta melakukan pelatihan kepada GRO sehingga pengetahuan dan *skill* GRO khususnya dalam bidang komunikasi dapat ditingkatkan.